

## **PARCERIAS EMPRESARIAIS: UM ESTUDO SOBRE COMO AS PARCERIAS PODEM AJUDAR UMA EMPRESA RECEM CRIADA EM SUA CONSOLIDAÇÃO NO MERCADO EM TEMPOS DE CRISE**

**BARBOSA, Higor Vinicius Oliveira<sup>\*</sup>; SOUZA, João Marcos; SANTANA, Nathaly Silva;**

Universidade Federal de Alagoas

\* email: higorv.barbosa@gmail.com

**Resumo:** *O presente artigo tem como objetivo principal mostrar a formação de parcerias como saída da crise que assola o país no momento, tratando desde os diferentes tipos de parcerias até os benefícios e dificuldades encontradas ao firmá-la, de forma prática através de entrevistas foi analisado ainda uma escola de idiomas com pouco menos de um ano de fundação que viu nas parcerias uma maneira de se consolidar no mercado em uma época difícil, mostrando como essas parcerias podem minimizar os impactos causados pela atual situação do país.*

**Palavras-chave:** *Parcerias, Sucesso, Saída, Mercado e Objetivos.*

### **1. INTRODUÇÃO**

Na última década, o tema parceria se disseminou de forma rápida, tanto nos países em desenvolvimentos como nos países ricos. A globalização influencia a economia mundial, proporcionando uma maior competitividade entre as empresas. As parcerias são oportunidades e ameaças criadas para utilizar diversos meios para ampliar e diversificar os mercados.

A conjuntura econômica está inserindo cada vez mais o conceito de parcerias econômicas, como forma de superar a crise atual. Ao invés de buscarem sozinho o seu lugar ao sol, as empresas se unem buscando se complementarem. Proporcionando maior visibilidade no mercado, aumento da clientela, das vendas e seus lucros.

Parcerias são variedade de relações e acordos formais ou informais estabelecidos com a expectativa de beneficiar dois ou mais parceiros (MAYERS, 2000). Modelos diversos de parcerias existem, incluindo aquelas público-privadas, entre empresas e sociedade civil, as tri-setoriais, por fim, as parcerias comunidade- empresa (ASHMAN,2000;VERMEULEN ET al., 2003;WARNER,2003).

Particularmente neste trabalho,foi feito um estudo de caso, onde a empresa escolhida é uma escola de idiomas que está se inserindo no mercado e buscou as parcerias comerciais como ferramenta para se destacar. A empresa escolhida preferiu utilizar as parcerias como caminho para aumentar sua visibilidade em um mercado que possui empresas de idiomas antigas e conceituadas na cidade.Proporcionando ao seu aluno experiências práticas nestes estabelecimentos parceiros, benefícios em outros estabelecimentos e maior conforto ao receber um atendimento diferenciado. Em contrapartida o estabelecimento ganha um novo cliente, que ainda divulgando para sua família pode gerar mais novos clientes.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

### **2.1. Parcerias**

Nos últimos meses a palavra mais pronunciada pelos brasileiros é CRISE e isso faz com que o mercado assim como a confiança dos brasileiros no mesmo se enfraqueçam, uma das medidas mais eficazes pelos gestores é o fortalecimento de suas empresas por meio de parcerias onde se faz válido o velho ditado: Uma mão lava a outra.

Parceria nada mais que a definição de um acordo de cooperação entre duas ou mais partes a fim de atingirem objetivos comuns, desse modo, as parcerias vem sendo utilizadas pelos gestores com o intuito de diminuir os impactos causados pela crise que assola nosso país.

Segundo A. Parkhe: “Acordos cooperativos relativamente duradouros entre empresas, envolvendo fluxos e ligações que usam os recursos e/ou estruturas de governança de organizações autônomas, para a realização conjunta de metas individuais associadas à missão corporativa de cada empresa patrocinadora”.

Alguns passos devem ser seguidos a fim de certificar que essa parceria trará benefícios para todos envolvidos, o primeiro passo é a compatibilidade dos objetivos por parte das organizações envolvidas, deve-se também ser colocado a prova os direitos e obrigações dos envolvidos bem como os ganhos e riscos que essa parceria trará.

Os objetivos mais comuns na efetivação de parcerias entre empresas é a diversificação de seus negócios, divisão dos riscos e assim minimiza-los, acesso a novas tecnologias, capital e marketing, os principais erros são individualismo, falta de confiança e comunicação entre os lados.

De acordo com N. Slack os graus das parcerias podem ser influenciados por diversos fatores:

Compartilhar sucesso: Fator crucial em uma parceria entre empresas é que a mesma deve beneficiar ambos os lados;

Expectativas de longo prazo: As parcerias exigem relacionamentos longos uma vez que os resultados geralmente não são imediatos;

Múltiplos pontos de contato: As empresas parceiras devem se manter sempre em contato para tratar das questões relacionadas a união, mesmo que não seja pelos canais formais;

Aprendizagem conjunta: É crucial que ambos os lados das parcerias entendam e aprendam o modo como o outro lado se relaciona com o mercado;

Poucos relacionamentos: Deve ser limitado o número de parcerias, um grande número dificultaria a forma como essa empresa corresponde a esse parceiro podendo não ser atendido ao quesito proposto;

Coordenação conjunta de atividades: Devido ao número limitado de parceiros, há a possibilidade de coordenar suas atividades a fim de que todo os quesitos sejam atendidos;

Transparência de informações: é crucial que uma empresa veja de forma clara o modo com que a sua parceira trabalha, isso faz com que a confiança na outra cresça e assim essa parceria se fortaleça;

Resolução conjunta dos problemas: A resolução de problemas de forma conjunta faz com que as empresas fortaleçam a união, além de facilitar na resolução dos mesmos.

Confiança: Ponto de partido de parcerias empresariais, e também o mais difícil de se conseguir. A confiança é o item crucial para a efetivação de uma parceria, uma vez que ao firma-la seu nome estará ligado com o de outra empresa e assim as consequências podem afetar a organização seja positivamente ou não.

## **2.2. Tipos de parcerias**

Os principais tipos de parceria são:

Foco em compra: Nesse tipo de parceria o foco é a facilitação no processo de compra, principalmente no que se refere a matéria prima, nesse tipo de parcerias as empresas podem se

associar por meio da fidelização de compra, ou seja, por obrigação a empresa A deve comprar determinado quesito obrigatoriamente na empresa B em troca de desconto principalmente, ou também essa parceria pode ser quando a empresa A e B se juntam para comprar determinado item em troca de diminuição dos custos na compra para ambos lados;

Foco em exportação: Como o próprio nome diz, o foco nesse tipo de parceria é ampliação do negócio ao mercado estrangeiro;

Mista: O foco nesse tipo de parceria é a criação de uma terceira empresa, são chamados Joint Venture, como será explorado mais profundamente na frente, funciona assim, empresa A de determinado segmento se associa com empresa B para a criação da empresa C, geralmente essas empresas são de um mesmo segmento onde o serviço de uma complementa o da outra, por exemplo, montadora de veículos com fabricante de peças se unem para a criação de uma marca de carro;

Foco na gestão: Esse tipo de parceria se dá pelo objetivo da gestão empresarial, a empresa A contrata a empresa B como responsável principalmente pela gestão administrativa;

Pré-definida: Principalmente nesse tipo de parceria, os objetivos são claros e essa parceria é definida por tempo determinado, apenas com o cumprimento do objetivo, um exemplo disso são empreiteiras contratadas apenas para a construção de empreendimentos.

Foco em Marketing: Esse é o tipo de parceria mais comum, nela, como o próprio nome já diz o objetivo central é a divulgação e consequentemente a expansão dos seus negócios, a fim de alcançar seus objetivos.

Como frisado anteriormente um dos principais fatores de sucesso em uma parceria é a definição dos objetivos, e para que esses sejam bem definidos e consequentemente a parceria resulte em sucesso é necessário analisar o tipo da parceria a ser criada, lembrando que em toda e qualquer parceria deve ser lucrativo para ambos os lados.

## **2.3. Benefícios X Dificuldades**

A definição de parceria é a cooperação entre diferentes organizações a fim de proporcionar benefícios mútuos entre as partes envolvidas. Trata-se de uma relação na qual as parceiras visam à elaboração de um projeto conjunto que resultará em lucro.

As alianças permitem às micro e pequenas empresas entrarem em diferentes mercados, aumentando a participação no mercado em que já atuam e podem também contribuir para o crescimento e melhora dos processos e tecnologias nas organizações. Outro ponto importante é que as parcerias servem como um meio de otimização para alcançar o sucesso organizacional.

Osland e Yaprak (1995) demonstram, por exemplo, que o maior benefício de alianças estratégicas advém do fato de elas permitirem aos parceiros aprender uns com os outros novos conceitos na área de estrutura organizacional, melhorar suas estratégias de marketing, assimilar novas formas de cultura organizacional, além, é claro, de desenvolver novas tecnologias. Isso vai depender, por sua vez, da receptividade, da eficiência e da capacidade de absorção da empresa na área de aprendizagem organizacional.

Apesar de se crescente o número de parcerias com bons resultados, várias alianças encontram dificuldades em conseguir o mesmo desempenho. Assim como um novo empreendimento, as alianças precisam ter um planejamento e estudo do mercado, uma gerencia cooperativa entre as empresas e a consciência de que os objetivos a serem alcançados são semelhantes.

## **2.4. Conceito de Joint Venture**

O fenômeno da concentração de empresas tem se verificado em escala mundial em todos os setores da economia, sendo objeto de permanente preocupação das agências reguladoras e dos órgãos responsáveis pela prevenção do abuso do poder econômico e da defesa da livre concorrência. As modalidades mais frequentes de concentrações empresariais são as incorporações e as fusões. Nesses processos, pelo menos um dos agentes perde sua autonomia. Alternativamente, na busca de objetivos comuns, os agentes econômicos podem ainda associar-se na forma de parcerias empresariais (jointventures), preservando sua autonomia.

Jointventure é uma expressão de origem inglesa, que significa a união de duas ou mais empresas já existentes com o objetivo de iniciar ou realizar uma atividade econômica comum, por um determinado período de tempo e visando, dentre outras motivações, o lucro.

Sua flexibilidade e sua eficácia estão sendo reconhecidos, e hoje permeiam quase todas as culturas, mercados e legislações. Registram-se atualmente grande número de uniões parciais e temporárias de empresas de nacionalidades distintas, em muitos países, para a realização de empreendimentos de interesse comum.

## **2.5. Casos de Sucesso**

A eficácia das parcerias entre empresas é indiscutível, empresas se associam a fim de expandir seus negócios e/ou salvar suas empresas, alguns casos de sucesso de parcerias entre grandes empresas são conhecidos o que confirma o poder das mesmas ao alavancar suas

empresa e solucionar problemas, entre os mais conhecidos estão o da Nokia e Microsoft que se uniram para competir com o sistema operacional do google (Android) criando assim o Windows phone. Outro caso bastante conhecido foi no ano de 2011 que foi a criação da Brasil Foods que foi o resultado da junção da Sadia e da Perdigão tendo em vista o mercado externo e assim trazendo benefícios para as mesmas, porem alguns produtos tiveram de sair de linha para que essa fusão acontecesse.

### **3. APLICAÇÃO DE PARCERIAS**

#### **3.1. A empresa analisada**

A Vision é uma escola de idiomas criada no ano de 2014 onde seu principal diferencial é a variedade de idiomas disponibilizados e a capacitação de seus professores, onde a maioria tem experiência internacional. Seu criador Kennedy Alcântara alcançou boa parte de sua experiência morando fora do país, formado em Inglês pela Braamfontein University e Direito pela Universidade do Estado da Bahia, o mesmo chegou a cidade de Paulo Afonso-BA no ano de 2004, onde começou a dar aulas em outras escolas de idiomas bem como em escolas de nível médio, no ano de 2006 começou a dar aulas exclusivas para funcionários de empresas e então teve a ideia de montar sua escola em Paulo Afonso, o mesmo já possuiu escola nas cidades circo vizinhas de Petrolândia PE, Jatobá PE, entre outras. A escola surgiu do pressuposto de inovação e adaptação de suas aulas ao perfil do aluno, com aulas didáticas que fogem do perfil comum visto, expandindo sua ideia de exclusividade e trazendo para cidade sua experiência. Hoje, apesar de pouco menos de um ano de sua criação a escola conta com uma estrutura de primeira e 10 colaboradores, além de cerca de 150 alunos em variados cursos, além de inglês e espanhol a escola oferece o curso de idiomas em francês e italiano sendo pioneiro na região nesse quesito. Com o foco sempre na melhoria e tendo como objetivo principal a satisfação dos seus alunos e colaboradores, a Vision idiomas busca parcerias a fim de alcançar esses objetivos, fazendo assim que seja notório o seu sucesso bem como o potencial a ser alcançado, tendo todos os componentes necessários para se tornar a melhor escola de idiomas da região. Suas parcerias são com empresas de diferentes ramos sempre com o intuito de proporcionar aos alunos algo mais do que apenas aulas teóricas.

### **3.2. Benefícios que trouxe**

Os resultados que a empresa Vision Idiomas teve com a ajuda das parcerias foi surpreendente, houve uma grande aceitação por parte dos empresários . O benefício de ter sua marca junto a outras fez com que a organização Vision Idiomas se destacasse no atual mercado, mesmo que em tempos de crise econômica. .

A Vision Idiomas aproveita de suas parcerias para poder ter um diferencial das outras escolas de idiomas. Aulas em estabelecimentos parceiros para que os alunos aprendam em outros ambientes fora de sala de aula, além dos benefícios que os parceiros oferecem aos alunos da Vision Idiomas, proporcionando ao seu aluno benefícios em outros estabelecimentos, divulgação do serviço/ produto, pois os alunos relatam suas experiências aos seus familiares e amigos, ou seja, maior visibilidade no mercado. Como a empresa Vision Idiomas tem que mostrar seu nome, em cooperação leva junto o nome de suas parcerias, ganhando também maior visibilidade no mercado.

### **3.3. Dificuldades encontradas por quem propôs**

O gestor da empresa percebeu que ao fazer o primeiro contato com as possíveis empresas parceiras para lançar a nova ideia não houve rejeição. As empresas parceiras logo ficaram interessadas no que poderia trazer de benefício e o que poderia oferecer para o novo público.

## **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O propósito da Vision Idiomas com a formação de parcerias é a de se destacar de forma diferente em relação às diversas outras empresas que oferecem o mesmo serviço de escola de idiomas. Com um diferencial entre as outras escolas, a Vision Idiomas oferece uma forma atrativa de cativar e conseguir novos clientes com a ajuda de suas alianças de uma forma mutua para ambas as partes.

O investimento que a Vision Idiomas fez ao fechar as parcerias com outras empresas, embora não seja o que o seu dono estimou de início, se mostrou bastante viável para a sua empresa, as grandes vantagens que são oferecidas aos seus clientes é algo que fez a empresa se tornar um destaque e uma forma de inspiração as outras empresas do ramo que não estavam tendo o mesmo resultado com o número de clientes que a Vision Idiomas obteve.

A análise feita da relação que as empresas parceiras com a Vision Idiomas têm mostrado que a ambos os lados estão em harmonia e em pleno acordo com a aliança feita. Uma análise total feita entre os parceiros é proposta a cada trimestre para saber como anda a parceria e se algo novo deve ser feito.

Todo o estudo mostrou que a Vision Idiomas sendo uma empresa nova, em um ramo bastante disputado, teve um bom início de carreira e com a ajuda de suas parcerias conseguiu se destacar ainda mais no mercado. Com o estudo de caso se mostrou bastante viável e prospero se presume que a formação de parcerias entre empresas é uma opção a se considerar na tentativa de se destacar ou levantar a empresa.

### ***Agradecimentos***

Gostaríamos de agradecer a toda equipe da Vision idiomas por todo suporte e atenção nos dado no processo de criação deste artigo, principalmente ao Professor Kennedy Alcântara, um visionário que mesmo sem nenhuma formação em administração percebeu um modo de fugir da crise e consolidar sua marca no mercado.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

MAYERS – Disponível em [http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro2/GT/GT02/GTCarla.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro2/GT/GT02/GTCarla.pdf). Acessado em agosto de 2015

WARNER – Disponível em [http://www.anppas.org.br/encontro\\_anual/encontro2/GT/GT02/GTCarla.pdf](http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro2/GT/GT02/GTCarla.pdf). Acessado em agosto de 2015

JUS – Disponível em <http://jus.com.br/artigos/10187/parcerias-empresariais-joint-ventures-nas-atividades-de-exploracao-e-producao-de-petroleo-e-gas-natural-no-brasil>. Acessado em setembro de 2015.

OSLAND E YAPRAK – Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S141565552002000100006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141565552002000100006&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt). Acessado em agosto de 2015

PMELINK- Disponível em [http://www.pmelink.pt/article/pmelink\\_public/EC/0,1655,1005\\_5027-3\\_41097View\\_429,00.html](http://www.pmelink.pt/article/pmelink_public/EC/0,1655,1005_5027-3_41097View_429,00.html). Acessado em agosto de 2015.

ROCHA, Augusto César B. Cooperação empresarial: Uma análise em casos de sucesso. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 2012. Anais.2012, p.6-9.



SCIELO – Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552002000100006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552002000100006&script=sci_arttext). Acessado em setembro de 2015.

SLACK, Nigel. Administração da Produção. São Paulo: Atlas, 2009

SUMARÉ - Disponível em <http://www.sumare.com.br/noticias/noticia.jsp?id=5771>. Acessado em setembro de 2015.

UFLA JR – Disponível em <http://www.uflajr.com.br/comunicacao-uflajr/noticias/uj-opina-a-importancia-das-parcerias-empresariais.html>. Acessado em setembro de 2015.

# **PARTNERSHIPS BUSINESS: A STUDY ABOUT HOW THE PARTNERSHIPS CAN HELP A COMPANY IN YOUR NEWLY BUILT CONSOLIDATION MARKETING IN TIMES OF CRISIS**

**BARBOSA, Higor Vinicius Oliveira\***; **SOUZA, João Marcos**; **SANTANA, Nathaly Silva**;

Universidade Federal de Alagoas

\* email: higorv.barbosa@gmail.com

**Abstract:** *This article has as its main objective, to show the formation of partnerships as a way out of the crisis plaguing the country these last days, dealing with the different types of partnerships, to the benefits and difficulties to secure it, in a practical way, it was analyzed a language school with less than a year of its foundation, that saw in establishing partnership a way to consolidate the market in a difficult time, showing how these partnerships can minimize the impacts caused by the current situation of the country.*

**Keywords:** *Partnerships, Success, Way out, market and Objectives.*